

暖心·燒仙草與手工湯圓

讓我們溫暖你的心吧！



第十三組

組員:4A3M0031 張珈毓

4A3M0047 林宜欣

4A3M0054 王詩涵

4A3M0079 薛雅婷

4A3M0096 楊舒婷

指導老師:鄭淑勻老師

目錄

一、產品簡介-----	p.1
二、產品故事-----	p.1
三、SWOT 分析-----	p.2
四、競爭者分析-----	p.3
五、STP 分析-----	p.4
六、總體環境分析-----	p.6

一、產品簡介

我們的產品分別為**燒仙草與手工湯圓**，燒仙草最多**可選三種料**，分別有花生仁(軟、硬)、薏仁、地瓜圓、芋圓、紅豆、芋頭、粉圓、黑糖珍珠、湯圓，**共 10 種料**，**供顧客選擇**。另外還有單賣手工湯圓，分別有**鮮奶湯圓與黑糖薑汁湯圓**兩種產品。

此外，我們的產品標榜純手工，在製作產品時，會將製作過程拍下或錄影，**透過製作過程透明化**的方式，讓顧客安心食用。

二、產品故事 - 暖心 · 燒仙草與手工湯圓

你是否一個人離開溫暖的家，到外地讀書呢?你是不是很努力的半工半讀，自己賺取生活費又要兼顧課業?你是不是因為打工因此有段時間沒回去跟家人一起吃頓飯?

給辛苦奮鬥的自己一個短暫的休息時光吧！來碗燒仙草或手工湯圓，讓我們在寒風刺骨的冬天，好好地**溫暖你的心**吧！希望吃了我們的燒仙草與手工湯圓，你能有滿滿的動力繼續奮鬥下去！

三、SWOT 分析

優勢 (Strengths)	劣勢 (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none">1.價格平實親民。2.純手工的料。3.注重商品品質及衛生。	<ul style="list-style-type: none">1.沒有固定的擺設地點。2.無法一次做很大量。3.成立時間較短，在消費者心中建立的形象尚淺。
機會 (Opportunities)	威脅 (Threats)
<ul style="list-style-type: none">1.靠近學校，學生人潮眾多。2.因應冬天，賣熱的甜湯。3.可採預約制。	<ul style="list-style-type: none">1.學校附近有許多賣甜湯的店家。2.容易被取代。

四、競爭者分析

競爭店家	分析
芋珍嚐	<u>是我們最大的競爭者</u> ，因為也位在學校附近，算是小有名氣，常常到了冬天都會大排長龍。
御蜜仙草專賣店	強調純天然，無人工甘味，無化學添加的正港草味。 秉 持天然健康養生的觀念。 由自家種植的仙草及關西仙草供應原料，仙草絕不添加人工果糖，以冬瓜糖加入獨家配方熬煮的糖水。
圓仔惠	湯圓都是每天早上 手工 做的，湯圓本身帶有一點點的甜味，可以挑選 五種不同的料 ，一碗的價錢只要 40 元。
儒家花生仁湯	湯圓 也是他們家的主打，Q彈軟香帶嚼勁。
政江號	招牌主推:酒釀湯圓 湯圓都是現煮的

五、STP 分析

➤ 區隔變數

以下表格是以消費者市場區隔整理出來的 STP

區隔變數	解釋/舉例
人口統計變數	
• 性別	將市場分男、女為兩大類
• 年齡	分為青年、中年跟老年
• 所得	父母供給、月收入 10000 以下、1 萬到 2 萬、2 到 3 萬、3 萬至 5 萬、5 萬以上
• 職業	因為是在學校賣，主要是學生跟老師
• 教育	大專，研究所以上
• 家庭生命週期	單身，已婚家庭
心理統計變數	
• 人格特質	喜歡嘗鮮的人，對事情充滿好奇的人，喜歡品嚐美食的人
• 生活型態	獨自生活，與家人居住
行為變數	
• 購買時機	天氣冷的時候，約莫 12 月~2 月
• 追求利益	方便，快速，飽足感
• 對產品的態度	不會再購買，有興趣購買，考慮購買，有意願購買

➤ 目標市場

我們是採用集中化行銷，我們主要只賣燒仙草跟湯圓，在冷冷的天，許多人會想吃杯熱熱的東西來暖身體，簡單平價的一碗湯圓或是一杯燒仙草，能解嘴饞又能熱身體，為了商品的多樣性，不僅僅只有湯圓，還有準備一些其他的配料，例如：紅豆、綠豆、粉圓、地瓜....等，特別的是，全部都是採用純手工製作的！不使用加工食品，都是靠我們自己研發，雙手注入愛心做出來的，

不只提供給消費者多樣的選擇，讓顧客吃到多樣化的滋味，也讓我們的顧客吃得健康。

➤ 定位基礎

以下以 AFBP 作為暖心的定位基礎：

屬性 Attributes:	有形的：產品包裝、價格、食材、販售地點
	無形的：食物的口感、服務、網路推銷、方便性
功能 Functions	<ol style="list-style-type: none">1. 產品包裝與美感：為了顧客量身訂做，寫上一些貼心小語鼓勵學生，2. 產品價格：以平易近人的價格吸引省錢的學生3. 使用的食材：主打純手工製作，用健康食材提供給顧客4. 販售的地點：選擇學校，方便又容易取得，提高銷售量5. 網路的推銷：提供更多元化的方式，也藉此增加我們的曝光率6. 服務的態度：用親切的服務態度對待每個客人，不只販賣熱呼呼的產品，還有我們用心製作的產品

利益 Benefits	<ul style="list-style-type: none"> 讓我們的學生不用出去購買，在學校就能享用到熱呼呼食物。不用花大錢，就能品嚐到健康又美味的小點心。
個性 Personalities	<ul style="list-style-type: none"> 主打純手工製作的口號，讓我們比其他攤販更佔上優勢，也多了些獨創性，吃出不是一般大眾的口味，而是5個女生用心做出來的暖心湯圓

六、總體環境分析

➤ 文化

- 湯圓是**傳統文化**的一部分，雖然沒有甚麼特別的地方，但每到元宵、冬至或者祝壽，都少不了拿湯圓，做成甜湯，最為飯後甜品；有著「**吃湯圓，人團圓**」的特殊意義。
- 在季節交替，我們推出熱湯圓&燒仙草，即使冬至出門在外，也能吃到代表團圓的熱湯圓，暖暖大家的胃~~~

➤ 科技

- 現在通訊科技越來越發達，手機得到的資訊不像以往受限制。許多業者紛紛利用這項優勢，推出促銷活動吸引消費者。
- 王品集團利用手機 APP 的方式，把旗下餐廳都整理在同一個 APP 裡，**定期更新優惠活動**，讓每個族群的顧客都能收到最新消息。
- 我們推出手機打卡，分享出活動「**暖心**」，即有湯圓折扣優惠~~~

➤ 法律

- 雖說有食品安全衛生管理法來規範食安，但是市售的湯圓還是會出現標示不清或色素使用不符合規定的問題。
- 2015/3/2 台北市衛生局抽驗 50 件湯圓，在頂好忠孝分公司抽驗到的一件**標示不符規定**，外包裝標示 3 種紅色色素，實際檢出卻是 2 種黃色色素，衛生局要求限期改善，違者依《**食品安全衛生管理法**》可處 3 萬至 300 萬元罰鍰。
- 我們推出的湯圓強調**天然用料、純手工**，不購買現成湯圓販售。

■ 食品安全衛生管理法第 24 條:

食品添加物及其原料之容器或外包裝，應以中文及通用符號，明顯標示下列事項：

- 一、品名。
- 二、「食品添加物」或「食品添加物原料」字樣。
- 三、**食品添加物名稱；其為二種以上混合物時，應分別標明。**

其標示應以 第十八條第一項所定之品名或依中央主管機關公告之通用名稱為之。

- 四、淨重、容量或數量。
- 五、製造廠商或國內負責廠商名稱、電話號碼及地址。
- 六、有效日期。
- 七、使用範圍、用量標準及使用限制。
- 八、原產地（國）。
- 九、含基因改造食品添加物之原料。
- 十、其他經中央主管機關公告之事項。